

LIBRO DIGITAL

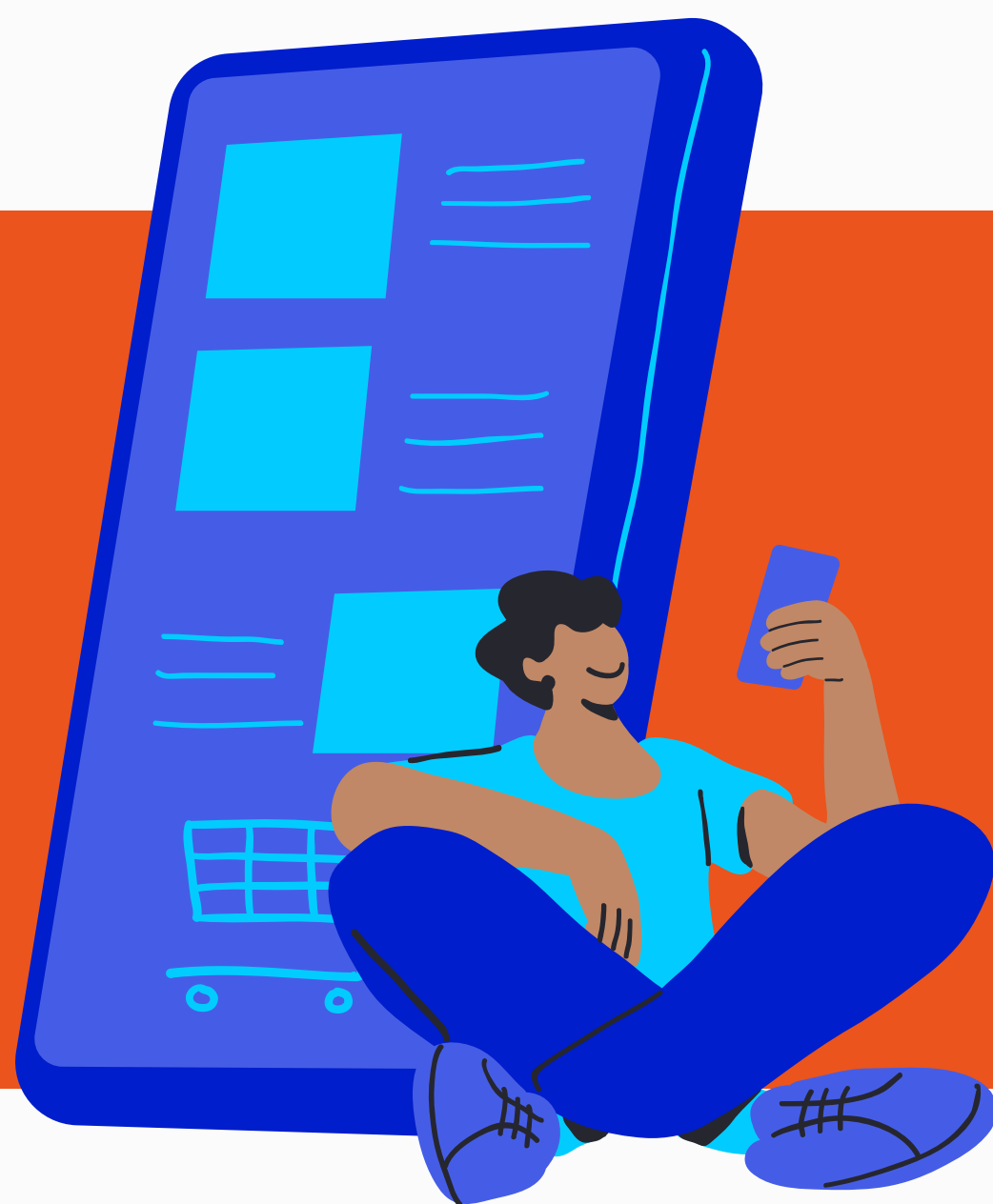
marketplace POINT

méxico

by
The logo for amvo FORUM, featuring a large, bold, stylized letter 'G' that resembles a speech bubble, followed by the text 'amvo' in a smaller, bold, sans-serif font, and 'FORUM' in a larger, bold, sans-serif font below it.

En este eBook, encontrarás un resumen con los puntos más importantes de algunas de las charlas y paneles que tuvimos, y utilizarlo como fuente de consulta, cuando así lo requieras.

Índice de Contenidos



Bienvenida	0
Sala Tendencias	1
Sala Operaciones	17
Agradecimientos	36



Bienvenida

Intro: Lo Mejor del AMVO FORUM

Bienvenidos a este eBook, resumen de Marketplace Point México by AMVO FORUM, un esfuerzo colaborativo que reúne a AMVO, Producteca, Solu y a patrocinadores clave como GoBots, AMVO Academy, AMVO Analytics, y HOT SALE, para fortalecer la comunidad de eCommerce, a través de ideas innovadoras y debates enriquecedores ofrecidos por expertos en áreas como logística, estrategias omnicanal y uso de inteligencia artificial, este documento busca impulsar tu conocimiento en el ecosistema de Marketplaces.

Destacamos la relevancia de estos espacios digitales, abordando temas desde la publicidad hasta la optimización de la experiencia del cliente, con el fin de apoyar tu crecimiento en este dinámico sector. Este eBook simboliza nuestro compromiso con el avance del comercio electrónico, ofreciendo estrategias e inspiración para evolucionar su marca.

Esperamos que encuentren en sus páginas la inspiración, los conocimientos y las estrategias para llevar su negocio digital al siguiente nivel.

Gracias por ser parte de esta jornada. Juntos, seguimos adelante hacia una industria del eCommerce más conectada, innovadora y exitosa.

Sala 1

sala tendencias

SALA TENDENCIAS

Panorama de los Marketplaces en México



Adriana **López**

Sr. Manager AMVO Analytics en AMVO

México se destaca por su variedad de Marketplaces, verdaderos motores de oportunidad tanto para vendedores como para consumidores. **Estas plataformas han transformado radicalmente nuestras prácticas de compra**, demostrando que la innovación y la flexibilidad son vitales para triunfar en este espacio.

El éxito de los Marketplaces se basa en su habilidad para unir a una vasta audiencia de compradores con una amplia gama de vendedores. Esta conexión no solo facilita el acceso a un sinfín de productos y servicios, sino que también refleja un cambio significativo en nuestras preferencias de compra, con un impresionante **96% de los compradores digitales ha adquirido productos a través de Marketplaces, en el último año.**

Tipos de Marketplaces:

Pure Players: Nativos digitales como Amazon y Mercado Libre.

Tiendas Departamentales: Sitios Brick and Click.

Cross Borders: Foco en compras internacionales.

Canales Sociales y Last Mile: Diversidad y accesibilidad

Explorando la Variedad

Desde gigantes digitales como Amazon y Mercado Libre hasta tiendas departamentales y especialistas en comercio transfronterizo y entrega final, el mercado mexicano ofrece un espectro completo de opciones. Cada tipo de Marketplace brinda una experiencia distinta, adaptada a las necesidades y expectativas de los consumidores.

Estrategias para Destacar

Sobresalir en este ambiente competitivo exige estrategias alineadas con las preferencias de los consumidores. La clave está en la personalización, ajustando la oferta a los deseos específicos del cliente, y en el poder de las promociones y descuentos. Proporcionar información precisa sobre los productos y contar con reseñas confiables son fundamentales para construir una relación de confianza y facilitar la decisión de compra.

SALA TENDENCIAS | Panorama de los Marketplaces en México

Comprendiendo al Consumidor Mexicano

Los usuarios de Marketplaces en México presentan una diversidad demográfica notable, con una concentración mayor en individuos de hasta 39 años de edad. A pesar de esta variedad, todos comparten un interés común en encontrar ofertas exclusivas y disfrutar de la conveniencia de comprar desde cualquier lugar.

Comportamiento del Consumidor:

Demografía: Mayormente hombres y mujeres de 39 años en niveles socioeconómicos altos, con variaciones por canal.

Motivaciones: Búsqueda de ofertas, productos exclusivos y facilidad de compra desde cualquier lugar.

Estrategias Clave:

Personalización: Aprovecha las características únicas de cada tipo de Marketplace para destacar.

Ofertas y Descuentos: Elementos cruciales para atraer y retener clientes.

Información de Productos y Reseñas: Detalladas y actualizadas para influir en la decisión de compra.

La Clave está en la Visibilidad

Lograr visibilidad en estos espacios es crucial. Aparecer en la primera página de resultados de búsqueda puede significar capturar hasta el 90% de las ventas. Una categorización precisa asegura que los productos lleguen a los consumidores adecuados, incrementando la relevancia y la posibilidad de compra.

Mirada al Futuro

Anticiparse a las tendencias y adaptar las estrategias de forma continua es esencial para mantenerse relevante en el cambiante escenario de los Marketplaces. Ofrecer productos únicos y promociones atractivas son estrategias clave para diferenciarse y asegurar una posición destacada en este competitivo mercado.

Tips

Adaptabilidad: Mantén relevancia con monitoreo continuo y adaptación a las tendencias.

Diferenciación: Ofrece valor único a través de productos exclusivos y promociones destacadas.

SALA TENDENCIAS

El Futuro ahora: actores clave y tendencias emergentes en Marketplaces



Renata **Arvizu**
Head of Marketplace en Amazon



Pierre-**Claude Blaise**
CEO en AMVO (Moderador)

La integración del comercio electrónico en nuestras vidas se ha acelerado, fusionando las experiencias de compra en línea y física. Este cambio se refleja en el crecimiento exponencial del eCommerce en México, impulsado por la diversificación en la selección de productos, precios competitivos y una mayor conveniencia para los consumidores.

Factores Clave de Crecimiento:

- **Selección Ampliada:** La facilidad para que emprendedores y artesanos vendan en línea ha incrementado la variedad de productos disponibles, satisfaciendo una gama más amplia de necesidades y deseos de los consumidores.
- **Precios Competitivos:** La competencia en línea ha fomentado precios más atractivos, beneficiando directamente al consumidor final.
- **Conveniencia Inigualable:** La posibilidad de comprar desde cualquier lugar y en cualquier momento ha simplificado la experiencia de compra, impulsando aún más la adopción del comercio electrónico.
- **Impacto en Empresas:** Las pymes han encontrado en los Marketplaces una herramienta esencial para expandir sus horizontes de venta, superando las limitaciones geográficas y aprovechando la tecnología para alcanzar un mercado más amplio.

Desafíos y Soluciones para las Pymes:

- **Conocimiento y Capacitación:** Abordar la falta de familiaridad con el comercio en línea a través de programas de capacitación y apoyo.
- **Superación del Miedo al Cambio:** Demolición de mitos alrededor del eCommerce, mostrando su accesibilidad para todos los tamaños de empresas.
- **Financiamiento Asequible:** Facilitación de recursos económicos para incentivar la transición y expansión digital de las pymes.

SALA TENDENCIAS | El futuro ahora: actores clave y tendencias

Tendencias Futuras:

Inteligencia Artificial: Mejora de las operaciones y la experiencia del cliente mediante el uso de datos y automatización.

Sostenibilidad: Incorporación de prácticas eco-amigables y sostenibles en la operación y logística de los Marketplaces.

Consejos y Tips para Empresas en Marketplaces



- **Explora la Capacitación:** Participa en programas ofrecidos por grandes Marketplaces para entender mejor el eCommerce.
- **Innovación en Logística:** Aprovecha las soluciones logísticas de los Marketplaces para optimizar tus operaciones.
- **Enfócate en tu Audiencia:** Conoce a tu cliente y adapta tu oferta para satisfacer sus necesidades específicas.
- **Adopta la Sostenibilidad:** Integra prácticas sostenibles en tu negocio para atraer a un público consciente del medio ambiente.

Conclusión

La evolución del eCommerce y los Marketplaces en México señala un futuro prometedor, donde la tecnología y la inclusión juegan roles fundamentales en la construcción de un ecosistema comercial más dinámico, accesible y sostenible.

SALA TENDENCIAS

Horizontes en expansión: Descubriendo nuevos Marketplaces y oportunidades.



Fabio Cipriani
Director LATAM
Customer Success
en Mirakl (Moderador)



José Miguel Domínguez
Head of Marketplace
en Shein



Natalia Salcedo
CEO & Founder
en Meru



Jacobo Sutton
Director General
en Doto.com.mx

En el panel "Horizontes en Expansión", líderes de la industria compartieron sus visiones y experiencias, abriendo un diálogo sobre las tendencias emergentes y las oportunidades en el mundo de los Marketplaces. Con un **enfoque en la innovación, la personalización y la especialización, los ponentes explicaron cómo los Marketplaces están evolucionando** más allá de las plataformas convencionales, ofreciendo insights valiosos para marcas y vendedores que buscan diferenciarse en un mercado digital saturado.

Claves para la Expansión en Marketplaces:

- **Especialización y Nicho:** La importancia de Marketplaces especializados que ofrecen una experiencia única y personalizada, satisfaciendo necesidades específicas del consumidor.
- **Confianza y Calidad:** Construir confianza a través de la especialización y la garantía de calidad en los productos ofrecidos.
- **Innovación Tecnológica:** Utilizar la tecnología para mejorar la experiencia de compra, desde la personalización hasta la eficiencia en la logística y el servicio al cliente.
- **Estrategias Omnicanal:** Integrar estrategias digitales y físicas para una experiencia de compra cohesiva y omnicanal.
- **Colaboración con Sellers:** Crear relaciones estrechas con vendedores para maximizar la visibilidad y las ventas en la plataforma.

Estrategias para Destacar:

Personalización:

Adaptar la oferta a las necesidades específicas de los consumidores según el canal de venta.

Confiabilidad:

Asegurar una experiencia de compra segura y confiable.

Innovación:

Continuar innovando en la presentación de productos y servicios.

SALA TENDENCIAS | Horizontes en expansión

Este panel subrayó la diversidad y la riqueza de oportunidades disponibles en el espacio de los Marketplaces, destacando la importancia de adaptarse a las tendencias emergentes y de aprovechar la tecnología para crear experiencias de compra excepcionales.

Consejos y Tips

- **Enfócate en la Especialización:** Diferénciate ofreciendo productos o servicios únicos que satisfagan necesidades específicas del mercado.
- **Crea Confianza:** Ofrece información detallada de los productos y asegura un proceso de compra transparente y seguro.
- **Innovación Constante:** Mantente al día con las tendencias del mercado para ofrecer siempre algo nuevo y atractivo a tus consumidores.

Los Marketplaces especializados representan una oportunidad de oro para conectar con audiencias específicas, ofreciendo soluciones únicas que los distinguen de la competencia generalista. La adaptabilidad y la innovación son fundamentales para el crecimiento y la expansión en el mercado digital.

La clave del éxito en Marketplaces modernos radica en la especialización y la capacidad de ofrecer una experiencia única y personalizada a los consumidores. Estos espacios no solo facilitan la compra y venta en sectores específicos sino que también fomentan la confianza y la lealtad del cliente.



SALA TENDENCIAS

Retail Media: revolucionando la publicidad en los Marketplaces



Luisa Fernanda Castañeda

Sr Manager Mercado Ads
en Mercado Libre



Fernanda Gonzalez

CCO & Co-Founder
en Epa Digital (Moderador)



Jonatan Fasano

Head de Producto en
Walmart

El Retail Media permite a las empresas publicitar directamente dentro de las plataformas de eCommerce, capitaliza sobre una base ya activa de compradores, dirigiendo tráfico efectivamente hacia las tiendas digitales y productos. Con datos y tendencias que indican un crecimiento acelerado en mercados claves como EE.UU. y un potencial enorme en Latinoamérica, el Retail Media se posiciona en el centro de las estrategias digitales modernas.

Impacto

Aumento significativo en visibilidad y ventas gracias a la base de compradores activos y capacidad de dirigir tráfico a tiendas digitales.

Estrategias Efectivas

Omnicanalidad: Considera puntos de venta físicos y digitales para una estrategia integral.

Personalización y Segmentación: Uso de data para crear mensajes y ofertas específicas que mejoren la experiencia del usuario.

Uso Estratégico del Retail Media

Diversificación de Estrategias: No solo enfocarse en performance, sino también en la construcción de marca y engagement a través del funnel de ventas.

Buy Box y Competitividad: Necesidad de ofrecer el mejor precio para destacar en publicidad y mejorar la conversión.

Inteligencia Artificial y Machine Learning

Innovación y Personalización: Capacidad de segmentar y personalizar la experiencia de compra en tiempo real, basándose en comportamientos y preferencias de los usuarios.

Importancia de la Visibilidad

Posicionamiento Orgánico: Inversión en Retail Media influye positivamente en la visibilidad orgánica de los productos.

Consejos para marcas y sellers

- **Planeación y objetivos claros:** Definir y medir objetivos para alinear estrategias de Retail Media.
- **Aprovechamiento de Temporadas:** Utilizar insights y data para maximizar el impacto durante eventos clave como HOT SALE.

SALA TENDENCIAS

Directo al Consumidor (D2C): rompiendo paradigmas en Marketplaces



Javier Pelaez

Gerente Sr.
en Comex



Ezequiel Ascencio

Head de Alianzas
en Producteca (Moderador)



Celso Mondragón

Director Online Sales
en Samsung



Alonso Martínez

Head Of eCommerce &
Digital Transformation
en Stanley Black & Decker

En la era digital, la estrategia "Directo al Consumidor" (D2C) ha revolucionado la forma en que las marcas interactúan con sus audiencias. Este panel, liderado por expertos de la industria como Samsung, Stanley Black & Decker, y Comex, desentrañó las complejidades y oportunidades que esta modalidad ofrece. A través de una discusión enriquecedora, se exploraron temas como el cambio en la mentalidad corporativa, las adaptaciones logísticas, y la gestión de precios en un entorno cada vez más competitivo.

Puntos Destacados:

Adopción de D2C: Razones y beneficios detrás de la migración de marcas establecidas hacia la venta directa al consumidor.

Estrategias de Precios: Cómo gestionar y mantener una estructura de precios coherente que beneficie tanto a la marca como a sus distribuidores.

Logística y Operaciones: Desafíos y soluciones en la adaptación de procesos internos para satisfacer las demandas

Colaboración y Competencia: El equilibrio entre trabajar con minoristas y competir en el mismo espacio digital.

Visión a Futuro: Perspectivas sobre el impacto continuo de D2C en los Marketplaces y la evolución de la relación entre marcas y consumidores.

Frases destacadas

"La transición al B2C ha sido un journey interesante, ampliando nuestro alcance más allá de Samsung.com a canales diversificados." *Celso Mondragón*

"Nuestro journey hacia el B2C fue impulsado por la necesidad de conocer mejor a nuestros consumidores y potenciar nuestro portafolio." *Alonso Martínez.*

"La pandemia aceleró nuestra transición al eCommerce, aprendiendo a adaptar nuestra oferta a las necesidades del consumidor digital." *Javier Pelaez*

SALA TENDENCIAS

Sinergia de canales: integrando Marketplaces en tu estrategia omnicanal



Bernardo Bazúa

Director de División Omnicanal en *Coppel*



Cristian Campos

Gerente eCommerce en *Samsonite*



Juan José Arciniega

eCommerce Sr. Director LATAM en *Levi's*



Ignacio Ham

Commerce Engineer en *VTEX (Moderador)*

Esta charla sobre la integración de Marketplaces en la estrategia omnicanal, reunió a expertos de compañías líderes como VTEX, Coppel, Levi's, y Samsonite. La discusión giró en torno a cómo los Marketplaces juegan un papel crucial en la estrategia de ventas, ofreciendo insights sobre gestión de precios, estrategias de productos, y cómo dirigir a los clientes de Marketplaces a tiendas físicas, manteniendo la coherencia de la marca.

Una estrategia omnicanal bien ejecutada no sólo amplifica la presencia de la marca sino que enriquece la experiencia del cliente, alineando meticulosamente las operaciones de la marca con las características únicas de cada canal, desde los Marketplaces hasta las tiendas físicas.

Tips y Consejos

Automatización y Escalabilidad:

Asegura que tu inventario y respuestas a clientes estén automatizados para un servicio eficiente.

Segmentación de Productos:

Adapta tu oferta de productos según el canal para maximizar la relevancia y el alcance.

Cohesión de Marca: Mantén una estrategia de precios coherente en todos los canales para fortalecer la percepción de la marca.

Aspectos Clave del Panel

Gestión de Precios: Importancia de mantener coherencia de precios a través de todos los canales, optimizando la segmentación de productos para diferentes plataformas.

Estrategias de Productos: Cómo equilibrar la oferta entre tiendas físicas, sitios web propios, y Marketplaces, destacando la importancia de la exclusividad y la personalización.

Dirigir el Tráfico: Estrategias para incentivar a los clientes de Marketplaces a visitar las tiendas físicas, aprovechando la exclusividad y experiencias personalizadas.

SALA TENDENCIAS

AI a tu servicio: Potenciando las operaciones de los vendedores en Marketplaces



Federico Joel Hombre

CEO & Co-Founder en
HIT OCEAN (Moderador)



Olivier Scialom

Co-Founder
en Merama



Jorge Bush

Commerce México
en Salesforce

Este panel reunió a líderes de la industria para explorar cómo la IA mejora la personalización de la experiencia del cliente, optimiza las operaciones logísticas y redefine las estrategias de marketing digital. Discutiendo cómo la personalización y la automatización están revolucionando la manera en que los vendedores interactúan con sus clientes y optimizan sus operaciones, resaltando cómo estas tecnologías pueden mejorar significativamente la efectividad y eficiencia de los Marketplaces.

Innovaciones Destacadas:

Personalización Mejorada: La IA permite una personalización profunda de ofertas y contenidos, basada en el análisis del historial del cliente, compras previas, y señales de interés de otras plataformas.

Eficiencia Operativa: Las herramientas de IA están automatizando tareas como la carga de catálogos y la generación de recomendaciones de productos, lo cual agiliza las operaciones y reduce los tiempos de gestión.

Estrategias de Marketing Avanzadas: La IA está permitiendo una generación de contenido más rápida y de mayor calidad, lo que es crucial para destacar en los Marketplaces. Esto incluye desde textos descriptivos hasta contenido audiovisual.

Optimización de Costos y Tiempos: La implementación de AI en las operaciones logísticas y de servicio al cliente reduce costos y mejora los tiempos de respuesta, ofreciendo una experiencia de compra superior.

Tips y Consejos

Adopta Herramientas de IA: Integra herramientas de IA para personalizar ofertas y comunicaciones, adaptándose a las expectativas y necesidades de tus clientes.

Optimiza tus Listados: Utiliza la IA para mejorar la calidad y relevancia de tus listados de productos, asegurando que cumplen con los criterios de búsqueda y preferencias de los usuarios.

Automatiza operaciones: Aplica soluciones de IA para automatizar tareas operativas, desde la gestión de inventarios hasta la atención al cliente, liberando recursos para enfocarse en estrategias de crecimiento.

SALA TENDENCIAS

Competencias clave para tener éxito en Marketplaces



Tom Hampson

Director de AMVO Academy en AMVO

"La adaptabilidad y la capacidad de aprender de la experiencia son clave para la innovación y el crecimiento en el comercio electrónico."

Explorando las competencias esenciales para triunfar en el ámbito de los Marketplaces, esta charla brinda una guía invaluable tanto para quienes gestionan estos espacios como para los vendedores que buscan maximizar su presencia en ellos. Con un enfoque en habilidades técnicas y personales, se destacan aspectos cruciales como la comprensión profunda de las expectativas de los clientes, la gestión eficaz del inventario, y la importancia de fomentar una experiencia de usuario excepcional. A través de ejemplos prácticos y consejos expertos, se revela cómo la adaptación y la continua evolución de competencias son fundamentales para navegar con éxito en el dinámico mundo del eCommerce.

Tips para tener un Marketplace ganador



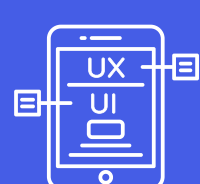
Entiende las necesidades y expectativas de tus clientes.



Ofrece una experiencia de usuario intuitiva.



Proporciona una amplia sección de productos y servicios.



Ofrece una buena experiencia móvil.



Implementa un sistema de clasificación y revisión.



Fomenta la colaboración entre proveedores y compradores.

SALA TENDENCIAS | Competencias clave para tener éxito

Estrategias clave

Para Vendedores en Marketplaces:

Conocimiento profundo del funcionamiento del Marketplace.

Mantener un perfil de vendedor atractivo y confiable.

Ajuste de precios y estrategias promocionales efectivas.

Optimización del listado de productos para una fácil navegación.

Solicitar y utilizar las reseñas de los clientes para mejorar la oferta.

Hard Skills y Soft Skills Cruciales

Hard Skills:

Análisis de datos y comportamiento del consumidor.

Gestión de inventarios y selección de productos.

Conocimientos en SEO y optimización de motores de búsqueda.

Soft Skills

Empatía y escucha activa para entender las necesidades del cliente.

Visión estratégica para anticipar tendencias del mercado.

Paciencia en el desarrollo y ajuste de estrategias de mercado.



Plan 70:20:10 para vender más y mejor en los Marketplaces



70%:
Aprendizaje
Experiencial
(Aprender
haciendo)



20%:
Aprendizaje
Social (Aprender
con y de otros)



10%:
Aprendizaje
Formal
(Educación
estructurada y
autoestudio)

Un enfoque de aprendizaje 70-20-10 se recomienda para el desarrollo de competencias, donde el 70% del aprendizaje proviene de la experiencia práctica, el 20% del aprendizaje social con otros, y el 10% de la educación formal o autoaprendizaje



Programa Especializado Marketplaces 2024

¡Evoluciona tu éxito en Marketplaces con nuestro programa especializado!

Aprende estrategias de vanguardia para optimizar tus ventas, aumentar visibilidad y liderar los Marketplaces.

¡Únete a los líderes del comercio digital!

El programa para profesionales en Ecommerce con las temáticas más relevantes de la industria: evoluciona tu estrategia e impulsa los resultados en Marketplaces.

Sesiones Online en vivo:

Interacción directa en tiempo real

Duración:

12 horas de capacitación + 30 minutos adicionales para inauguración y clausura

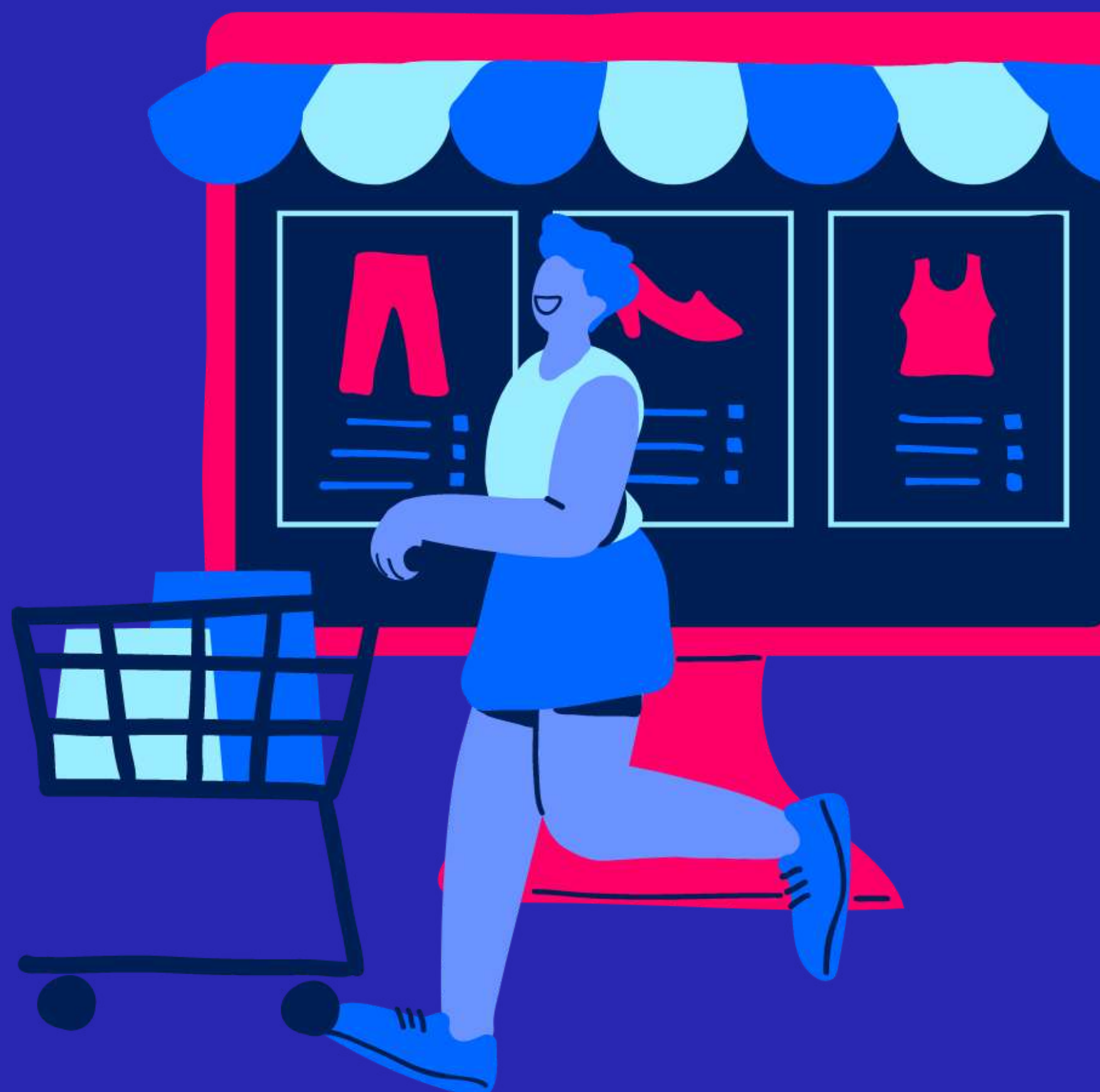
Fechas:

4, 6, 13, 18 y 20 de junio

Horario:

Dos sesiones semanales
6 – 8:30 pm

¡REGÍSTRATE!



SALA TENDENCIAS

Retos y Oportunidades: Convertirse en un Marketplace



Marcela Gómez
Head of eCommerce &
Omnichannel en *Sodimac*



Luisana Mejías
eCommerce Lead Latam
en *Solu (Moderador)*



Carlos Tijerina
Gerente Sr. Marketplace
& Adquisición en
Farmacías del Ahorro



Miguel Angel Picazo
Marketplace Manager
en *Grupo Sanborns*

La digitalización del comercio ha convertido a los Marketplaces en actores fundamentales del eCommerce. Esta charla reúne a líderes de la industria para explorar estrategias, desafíos y oportunidades que enfrentan al operar y crecer en este espacio.

Las complejidades y ventajas de adaptarse al modelo de Marketplace, un tema crítico para las empresas que buscan expandirse en el ámbito digital. Desde la digitalización de operaciones hasta la creación de experiencias de usuario cohesivas y personalizadas, se enfatiza la necesidad de una estrategia que abrace la tecnología y la innovación.

- **Digitalización y Omnicanalidad:** La integración de canales digitales con operaciones físicas es crucial para crear una experiencia de compra sin fisuras. Esto implica no solo la presencia en múltiples plataformas, sino también la coherencia en el servicio y la comunicación.
- **Escucha Activa del Cliente:** Entender las necesidades y preferencias del cliente a través de análisis de datos y feedback directo permite ajustar la oferta de manera dinámica, mejorando la satisfacción y fidelidad del cliente.
- **Colaboración Estratégica:** La alianza con proveedores logísticos y otros partners puede potenciar la eficiencia operativa y la capacidad de innovación, ampliando el alcance del Marketplace y mejorando la oferta de valor.

Participar en un Marketplace presenta una serie de desafíos, pero también oportunidades significativas para el crecimiento. La clave del éxito radica en una estrategia bien definida, un enfoque en la experiencia del cliente y la capacidad para adaptarse rápidamente a las demandas del mercado. La colaboración, la optimización de catálogos y un compromiso con la innovación tecnológica son fundamentales para destacar en este competitivo entorno.

SALA TENDENCIAS | Retos y oportunidades: convertirse en Marketplace

Puntos Clave

Transformación hacia Marketplaces:

Adaptación del modelo de negocio para responder a demandas del mercado.

Estrategias de expansión y reconocimiento de marca.

Estrategias y Herramientas para Promover Ventas:

Programas de asesoría y aceleración para vendedores.

Fomento de un entorno colaborativo y competitivo saludable.

Complementariedad entre Retail y eCommerce:

Enfoque en omnicanalidad y comercio unificado.

Creación de experiencias de compra cohesivas y sin fricciones.

Valores Diferenciales para Atraer Sellers:

Exposición a segmentos de clientes definidos.

Soporte y atención eficiente.

Optimización de Catálogos:

Uso de inteligencia artificial y equipos dedicados para la efectividad en la presentación de productos.

Caminos al Éxito en Marketplaces:

Compromiso con la digitalización.

Consistencia en la experiencia del cliente.

Escuchar y adaptarse a las necesidades del consumidor.



Sala 2

sala operaciones

SALA OPERACIONES

Maximizando el impacto: Estrategias efectivas para tu catálogo multicanal



Amadeuz López

Cofundador en *Cajanauta.com*

El eCommerce y los Marketplaces continúan redefiniendo la manera en que las marcas interactúan con sus consumidores, entender y maximizar el impacto de las estrategias multicanal se ha convertido en una piedra angular para el éxito empresarial. Amadeuz López, fundador de *Cajanauta.com*, nos comparte su vasta experiencia y conocimientos sobre cómo las marcas pueden maximizar su presencia y ventas en múltiples plataformas digitales.

Puntos Clave para una Estrategia Multicanal Exitosa

Comprender el Entorno Multicanal:

La importancia de operar en múltiples plataformas para maximizar el alcance y las ventas.

Beneficios del Multicanal:

Mejora de la experiencia del cliente, incremento de ventas y resiliencia empresarial a través de la diversificación de canales de venta.

Desafíos a superar:

Mantener una coherencia de marca, gestionar eficazmente el inventario y analizar datos para optimizar operaciones.

Estrategias de Catálogo y Contenido:

Utiliza datos para la personalización, mejorando la logística basada en las necesidades de la plataforma.

Uso de Datos para Personalización:

La recopilación y análisis de datos como herramienta para mejorar la oferta de productos y la experiencia de compra.



La clave del éxito en el comercio electrónico multicanal radica en una estrategia bien orquestada que aborde tanto los beneficios como los desafíos inherentes a este enfoque. Al priorizar la coherencia de marca, la gestión eficaz del inventario y la logística, y la optimización del contenido para cada canal, las marcas pueden maximizar su impacto y lograr un crecimiento sostenible en el competitivo mercado digital.

SALA OPERACIONES**Maximizando el impacto: Estrategias efectivas para tu catálogo multicanal**

Enfóquese en la optimización de catálogos para cada plataforma, asegurando que la información sea relevante y específica. Aproveche la personalización y segmentación para mejorar la tasa de conversión y aumentar las ventas. La consistencia y coherencia de la marca son cruciales a través de todos los canales. Utilice datos para informar estrategias de contenido y optimización de productos.

Estrategias efectivas**Catalogación & Integración de Canales**

“Utiliza plataformas que permitan la gestión centralizada del inventario y del contenido del catálogo para mantener la consistencia.”

– Amadeuz

Contenido de Alta Calidad & Estrategias de SEO y SEM

“Un buen contenido, vende buenos productos... Invierte en fotografía profesional y copywriting para presentar tus productos de la mejor manera posible.”

– Amadeuz

Lealtad de Marca & Uso de Redes Sociales

“Publica contenido interactivo y atractivo, utiliza influencers para ampliar tu alcance, y promociona productos directamente a través de funciones de compra en redes sociales.”

– Amadeuz

Optimización Móvil, Personalización y Segmentación

“Diseña tu sitio web y catálogo en línea para ser responsivos y de fácil navegación en smartphones y tablets”

– Amadeuz



"Las plataformas tienen necesidades de contenido diferente; los dispositivos donde compran los usuarios tienen requisitos específicos que debemos atender."

SALA OPERACIONES

Selección estratégica: cómo elegir el Marketplace adecuado para tu negocio



Gabriela Díaz
Social Media Manager en
AMVO (Moderador)



Elias Sutton
Director general en
Kritech



Andrés Orozco
Head of Sales
Marketplace en Evans

La decisión de en qué Marketplace vender puede ser tan crítica como los productos que ofreces. Elias Sutton y Andrés Orozco, líderes en el eCommerce, comparten su experiencia y consejos sobre cómo elegir estratégicamente los Marketplaces para maximizar el éxito y la rentabilidad de tu negocio.

Experiencias y Consejos de Expertos

- **Selección de Marketplaces:** Elegir los Marketplaces correctos es clave. Analiza por su facilidad de uso y rápida escalabilidad. La diversificación en Marketplaces se destaca como una estrategia para alcanzar una amplia gama de clientes.
- **Criterios de Selección:** Comprensión del producto y del cliente objetivo, la capacidad de venta del Marketplace, y las condiciones comerciales favorables. También es vital entender la operación y logística del Marketplace para garantizar una gestión eficiente.
- **Operación y Rentabilidad:** Un enfoque estratégico implica consolidarse en un Marketplace antes de expandirse a otros, optimizando así la gestión y la rentabilidad. La experiencia indica que entender las necesidades del cliente y ajustar la estrategia de productos son pasos cruciales para el éxito.
- **Respuesta a Reseñas Negativas:** Aborda en tiempo real, entendiendo el problema y ofreciendo soluciones al cliente, esto puede convertir experiencias negativas en positivas y fomentar la lealtad del cliente.

Tips y Consejos:

Conocer el Producto y el Cliente: Antes de elegir un Marketplace, es crucial entender quién es tu cliente potencial y qué canal genera el tráfico adecuado para tu producto.

Análisis de Capacidad de Venta: En mercados saturados, evalúa la capacidad de venta del Marketplace.

Condiciones Comerciales: Entender al 100% las condiciones, procesos y comunicaciones es vital para asegurar una operación exitosa.

Selección Basada en la Experiencia del Cliente: Ponerse en el lugar del cliente y evaluar la experiencia de compra puede ser revelador.

SALA OPERACIONES

Claves para el éxito en el comercio transfronterizo con los Marketplaces



Catalina Diaz
Head of Hardlines
en *Linio*



Nicolás Leal
CEO en *LAP Marketplace*
(Moderador)



Mattia Miglio
Director de Desarrollo de
Negocios para América
del Norte en *Alibaba.com*



Jaime Jaime
Head of New Seller
Recruitment LatAm –
Global Selling en *Amazon*

En este panel de expertos expertos de Alibaba.com, Amazon y Linio, exploraron estrategias efectivas y tendencias emergentes que las empresas deben considerar al ingresar a mercados internacionales a través de Marketplaces. La conversación abordó desde la importancia de la adaptación cultural y la selección estratégica de productos hasta el aprovechamiento de la tecnología y la inteligencia artificial para conectar con una audiencia global.

Estrategias Reveladas por los Expertos

Adaptación Cultural y de Producto: Alinea los productos con las expectativas y preferencias locales, utilizando herramientas como la inteligencia artificial para personalizar las ofertas.

Selección Estratégica de Productos: Elige los productos correctos para cada mercado, enfocándote en aquellos con mayor potencial de diferenciación y valor agregado.

Aprovechamiento de la Tecnología: Usar la tecnología y la inteligencia artificial para optimizar la presencia en el mercado, desde la personalización de contenido hasta la mejora de la experiencia de compra virtual.

Hiperpersonalización: Analiza las tendencias hacia la hiperpersonalización y predicción de necesidades futuras de los clientes.

Realidad Virtual: Adopta tecnologías como la realidad virtual para mejorar la experiencia de compra online.

Visión a Largo Plazo: La paciencia y el compromiso a largo plazo son claves para el éxito en la expansión internacional, y construir tu marca más allá de las ventas inmediatas.

SALA OPERACIONES

Precios y promociones ganadoras: tácticas para competir en Marketplaces



Rafael Castelltort

Consultor en AMVO (Moderador)



Darío Conti

Director en Brainsted Group

El complejo mundo de los precios y promociones en Marketplaces puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso para vendedores y marcas. En esta charla, Rafael Castelltort y Darío Conti, expertos en comercio electrónico, comparten estrategias infalibles para destacar en un mercado saturado, aprovechando al máximo el dinamismo de los precios y las promociones para atraer y retener clientes.

Estrategias de Precios para Destacar

- **Omni-precio y Omnicanalidad:** La importancia de mantener una coherencia de precios a través de todos los canales para reforzar el valor de marca, permitiendo una mejor asignación de recursos en publicidad y posicionamiento.
- **Promociones y Valor Agregado:** Se destacó el enfoque en ofrecer valor más allá del precio, como envíos gratuitos, pagos sin intereses, y mejorar la logística. Estas tácticas pueden ser decisivas para la decisión de compra del consumidor.
- **Gestión Dinámica de Precios: La adaptabilidad es clave.** La estrategia debe incluir precios de penetración para capturar posicionamiento, ajustes según la competencia, y precios de rentabilidad una vez establecido el tráfico y la visión.
- **El Desafío del Buy Box:** El precio juega un papel crucial en ganar el Buy Box, pero la estrategia no debe basarse exclusivamente en ser el más barato. Se debe encontrar un equilibrio entre precio, valor, y logística.

Dominar los precios y promociones en Marketplaces requiere un enfoque estratégico, enfocado en la creación de valor más allá del precio. Rafael y Darío destacan la importancia de adaptarse rápidamente a las condiciones del mercado, aprovechar las herramientas tecnológicas disponibles, y entender profundamente las dinámicas específicas de cada plataforma para optimizar las ventas y el posicionamiento de marca.

SALA OPERACIONES**Precios y promociones ganadoras:
tácticas para competir en Marketplaces****Estrategias para Marcas
Propias y Diferenciación****Posicionamiento de Marca en Marketplaces:**

Las marcas propias pueden aprovechar el tráfico y la visibilidad de los Marketplaces para construir notoriedad y diferenciación, utilizando las herramientas proporcionadas por estas plataformas para mejorar la estrategia de precios y promociones.

Adaptación a Diferentes Marketplaces:

Cada plataforma tiene sus peculiaridades y público objetivo. Es fundamental adaptar las estrategias de precios y promociones a las características específicas de cada Marketplace para maximizar el rendimiento.

Capacidad de Gestión y Diversificación:

La recomendación es gestionar eficazmente un Marketplace antes de expandirse a otros, asegurando una optimización continua y adaptación a las dinámicas de cada uno

Tips y Consejos:**Optimización de Precios:**

Implementar una estrategia de precios dinámicos que se adapte en tiempo real a las fluctuaciones del mercado.

Valor Agregado: Concentrarse en ofrecer promociones y beneficios exclusivos que enriquezcan la experiencia de compra.

Gestión del Buy Box: Priorizar estrategias que mejoren la visibilidad y la probabilidad de ganar el Buy Box en los Marketplaces.



SALA OPERACIONES

Eficiencia operativa: optimización de la gestión de stock y órdenes



Camila Letier
Business Developer en
Producteca (Moderador)



Ricardo González
Founder & CEO
en Autoazur



Oscar Arista
Sales Manager
en Yuju

Durante esta sesión, Óscar Arista y Ricardo González compartieron su expertise en la implementación de tecnologías que facilitan la sincronización automática entre Marketplaces, tiendas online, y sistemas de administración de inventarios, destacando la importancia de la automatización para mejorar la eficiencia operativa, cruciales para el éxito en plataformas de comercio electrónico.

Claves para una Operación Eficaz

Herramientas Esenciales: Los sistemas de administración de inventarios y los integradores son herramientas fundamentales para simplificar operaciones complejas en Marketplaces, desde la gestión de ventas en línea hasta la facturación y financiación.

Beneficios de los Integradores: Permiten una conexión automática entre tiendas, plataformas de eCommerce y Marketplaces, facilitando una gestión centralizada.

Gestión de Inventario y Pedidos: Para optimizar la gestión de inventarios y pedidos dispersos en múltiples plataformas, es necesaria una herramienta que centralice estas operaciones y así evitar el riesgo de errores.

Automatización y Escalabilidad: La automatización a través de integradores no solo mejora la eficiencia operativa sino que también escala el negocio, permitiendo a las empresas enfocarse en estrategias de crecimiento.

Adaptación y Flexibilidad: Adaptar las estrategias y herramientas a las particularidades de cada Marketplace es crucial para maximizar la eficiencia y rentabilidad.



Estrategias y Herramientas Destacadas:

Integradores:

Software que conecta diversas plataformas (eCommerce, paqueterías, ERP) para centralizar la gestión de ventas, inventarios y logística.

Automatización de Tareas:

La importancia de automatizar procesos repetitivos, como la actualización de inventarios y precios, para dedicar recursos a actividades estratégicas.

Gestión Multicana:

Cómo manejar eficazmente ventas, pedidos y logística a través de múltiples canales de venta online.

SALA OPERACIONES

Marketplaces locales: Patrones de crecimiento en 2022 y 2023



José Miguel Sansana

Analista de Investigación de Mercado en *Retail Compass*

En el contexto de los Marketplaces locales, José Miguel Sansana de Retail Compass analiza la evolución y el impacto de estos en la dinámica del eCommerce en Latinoamérica, con un enfoque particular en México. Destaca el rol de Mercado Libre y Amazon como pioneros y motores del crecimiento del comercio electrónico, subrayando cómo la pandemia de COVID-19 y la mayor bancarización impulsaron significativamente el eCommerce.

Puntos destacados

Origen e Historia:

Mercado Libre y Amazon lideran como pioneros desde finales de los 90s, marcando el inicio de los Marketplaces en Latinoamérica.

Masificación de Internet y eCommerce:

La adopción generalizada de internet y el impacto de la pandemia de COVID-19 han acelerado el crecimiento del comercio electrónico, haciendo de los Marketplaces una pieza central en la adquisición de productos.

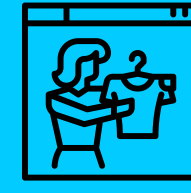
Bancarización:

El aumento en la bancarización en México ha facilitado el acceso a los Marketplaces, ampliando el mercado potencial.

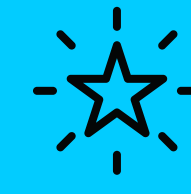
Popularidad y Comodidad:

Estudios revelan que más del 58% de los compradores mexicanos utilizan Marketplaces para informarse antes de realizar una compra, evidenciando su comodidad y practicidad.

Atributos clave en Marketplace: popularidad y comodidad.



58% de los compradores mexicanos usan Marketplaces para informarse antes de adquirir un producto.¹



En temporadas de alto tráfico, como el HOT SALE, los Marketplaces reciben entre 400 y 700% más visitas (*junio, 2023*).²



75% de los clientes mexicanos considera aumentar sus gastos en línea durante los próximos 12 meses y 70% menciona que los Marketplaces son la forma más cómoda de comprar en línea.³

1. Libro blanco de Marketplaces en México y Latinoamérica, AMVO.
2. "Preferencias de Consumo en la economía digital", Mirakl, edición 2023
3. "Preferencias de Consumo en la economía digital", Mirakl, edición 2023.

SALA OPERACIONES

Marketplaces locales: Patrones de crecimiento en 2022 y 2023

La clave del éxito en los Marketplaces reside en el monitoreo constante del surtido, los vendedores, y las categorías, adaptándose a las tendencias del mercado para maximizar la relevancia y el crecimiento.

José Miguel Sansana enfatiza las estrategias efectivas para los Marketplaces locales, como aumentar la diversidad de productos, mejorar la gestión de vendedores y adaptarse a las categorías más demandadas por los consumidores. Además, recalca la necesidad de mantener una vigilancia constante sobre las tendencias de mercado para optimizar las estrategias y mantener la competitividad.

Con la digitalización avanzando a pasos agigantados, la adaptabilidad y la innovación serán esenciales para capitalizar las oportunidades en este vibrante sector.

Atributos clave en Marketplace: popularidad y comodidad.



“(…) México proyecta un crecimiento anual compuesto (TCAC) del 33% entre 2023 y 2026 en ventas de productos en línea, el más alto de toda América Latina después de Perú.”¹



“Al tener presencia digital en más lugares, se llega a más personas, a más clientes potenciales, y hay una mayor penetración de las ventas en línea (...) Se estima que los Marketplaces continuarán con su crecimiento.”²

1. Informe e-País: El comercio electrónico de México, Noviembre de 2023. ICEX.es
2. Renata Arvizu: Lead de Marketplace en Amazon México, para Forbes México, 28 de Junio de 2023

Puntos destacados

Crecimiento Proyectado:

Se anticipa un crecimiento anual compuesto del 33% en el eCommerce mexicano entre 2023 y 2026, destacando el papel crucial de los Marketplaces.

Estrategias de Mercado:

Análisis de surtido, evolución de vendedores, y categorías más representativas muestran cómo los Marketplaces adaptan sus estrategias para optimizar la oferta y satisfacer la demanda.



Maximizando ventas con GoBots para atención automática en comercio electrónico

Introducción a la Inteligencia Artificial (IA)

En los últimos años, la Inteligencia Artificial (IA) ha surgido como una tecnología transformadora en el sector del comercio electrónico. Desde su concepción hasta su aplicación práctica, la IA ha sido objeto de gran interés e investigación. En el mundo acelerado del comercio electrónico, la experiencia del cliente es fundamental para el éxito de cualquier negocio.

Con la creciente demanda de conveniencia y respuesta inmediata, la integración de sistemas de atención automática, como GoBots, se ha convertido en una estrategia esencial para las empresas que buscan maximizar sus ventas en línea.

GoBots

Desde 2017, GoBots es líder en el sector tecnológico, conocida por su enfoque innovador y soluciones inteligentes que operan en más de 8 países y tienen más de 600 clientes activos. Utilizando tecnologías avanzadas de IA, GoBots ha revolucionado la forma en que operan e interactúan.

Personalización e Interactividad:

GoBots ofrece una experiencia de atención al cliente altamente personalizada, adaptándose a las necesidades individuales de cada pregunta recibida por su comercio electrónico, ya sea en pre o post ventas. Al utilizar algoritmos avanzados de procesamiento de lenguaje natural, GoBots es capaz de comprender y responder las preguntas de los clientes de manera rápida y precisa, creando una interacción fluida.

Disponibilidad 24/7:

Una de las principales ventajas de GoBots es su disponibilidad las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Esto significa que los clientes pueden obtener asistencia instantánea en cualquier momento, incluso fuera del horario comercial tradicional donde ocurre la mayoría de las preguntas. Esto aumenta la satisfacción del cliente.

Resolución Instantánea de Problemas:

Con GoBots, los clientes pueden resolver problemas y obtener respuestas a sus preguntas de forma instantánea, sin necesidad de esperar a un representante de servicio al cliente humano. Esto agiliza el proceso de compra y aumenta la confianza del cliente en la marca, lo que resulta en tasas más altas de conversión y fidelización.

Cómo GoBots Revoluciona la Atención al Cliente

Maximizando ventas con GoBots para atención automática en comercio electrónico

Implementación de GoBots en su Comercio Electrónico o Marketplaces

Actualmente, GoBots está integrado con Mercado Libre, Mercado Shops, VTEX, Shopify y Amazon. El proceso de implementación es muy simple y práctico, con toda la ayuda y el soporte de un profesional dedicado de GoBots y un experto en comercio electrónico durante todo el proceso.

Integración Simplificada:

La integración de GoBots, es simple y directa, requiriendo poco o ningún conocimiento técnico por parte del comercio electrónico. Las plataformas con las que estamos integrados como Mercado Libre, Mercado Shops, VTEX, Shopify y Amazon ya tienen la integración Plug and Play.

Entrenamiento y Mejora:

Para garantizar un rendimiento óptimo, es importante entrenar y mejorar continuamente la inteligencia artificial de GoBots. Esto implica proporcionar sugerencias y revisiones en nuestro panel para regular y actualizar la base de datos con información relevante sobre productos, políticas de empresa y tendencias de mercado.

Monitoreo y Análisis de Datos:

Es esencial monitorear de cerca el rendimiento de la inteligencia artificial y analizar los datos generados por las interacciones con los clientes. Esto permite identificar patrones de comportamiento, detectar áreas de mejora y ajustar estrategias según sea necesario para optimizar el rendimiento del departamento de atención. Y para esto, GoBots proporciona una pantalla de análisis completa donde puede identificar puntos importantes de su operación como:

- Productos que reciben más preguntas
- Quién del equipo de atención responde más rápido
- Qué personas dieron más respuestas que se convirtieron en ventas
- Tiempo promedio de respuestas
- Número de preguntas respondidas
- Número de quejas y mucho más

Beneficios de la Inteligencia Artificial de GoBots

La implementación de la IA de GoBots en los comercios electrónicos ha traído una serie de beneficios significativos. Desde mejorar la eficiencia operativa hasta personalizar la experiencia del cliente, la IA ha sido fundamental para impulsar el éxito de todos los comercios electrónicos.

Maximizando ventas con GoBots para atención automática en comercio electrónico

Algunos puntos que podemos destacar individualmente son:

Aumento de las Tasas de Conversión:

Al proporcionar un servicio al cliente rápido, eficiente y personalizado, la inteligencia artificial ayuda a reducir la fricción durante el proceso de compra.

Reducción de Costos Operativos:

El uso de la inteligencia artificial de GoBots para atención automática puede ayudar a reducir significativamente los costos operativos asociados con el soporte al cliente, eliminando la necesidad de contratar y capacitar a un equipo de servicio al cliente.

Mejora de la Experiencia del Cliente:

Al ofrecer un servicio al cliente rápido, conveniente y efectivo, utilizar la inteligencia artificial de GoBots contribuye a una experiencia del cliente más positiva y satisfactoria, lo que puede llevar a una mayor fidelización y recomendación de la marca.

Conclusión

La Inteligencia Artificial de GoBots representa una oportunidad para reflexionar sobre el papel de la tecnología en la sociedad. Con el avance de la tecnología de inteligencia artificial, la solución de GoBots se está convirtiendo en una herramienta indispensable para los comercios electrónicos que buscan optimizar su atención al cliente y impulsar sus ventas en línea. Al integrar GoBots en el comercio electrónico y en los Marketplaces en los que opera la tienda, pueden ofrecer una experiencia de compra más personalizada, conveniente y eficiente, aumentando así su competitividad y éxito en el mercado digital.



RESPONDE EN  **mercado libre** +  **amazon** + **ECOMMERCE CON IA**

BENEFICIO  **50% DE DESCUENTO POR 6 MESES**

  **HABLA CON UN EXPERTO** +52 1 55 4160 4611

[Aprovecha la oportunidad de utilizar GoBots con 50% de descuento durante 6 meses haciendo clic aquí.](#)

SALA OPERACIONES

Logística inteligente: soluciones prácticas para envíos y devoluciones



Benjamin Santa María
Co-Founder & CEO en
Reverso



Francisco Pinilla
Country Manager en
Multivende (Moderador)



Josep Romagosa
Director de Operaciones
y TI en Pakke



Leonardo Real Peralta
Head of OPS
en iMile

La sesión, moderada por Francisco Pinilla, contó con la participación de líderes de empresas como Reverso, Pakke, e iMile, quienes compartieron sus experiencias y consejos sobre cómo superar los retos logísticos y optimizar las operaciones de entrega y devolución.

Desafíos y Soluciones en Logística:

Rapidez y Eficiencia: La importancia de ser rápidos y eficientes en la entrega, sin importar la geografía, es un desafío constante. La infraestructura y las estrategias adaptativas son clave para cumplir con los estándares de entrega esperados por los clientes.

Gestión de Devoluciones: Automatizar el proceso de devoluciones y cambios, integrando toda la cadena de suministro, desde el servicio al cliente hasta la logística inversa, es esencial para retener ingresos y mejorar la satisfacción del cliente.

Competitividad: Enfrentar la presión de los gigantes del Marketplace, que ofrecen entregas en menos de 24 horas, requiere que los sellers encuentren formas de igualar o superar estas experiencias de compra y envío.

Preparación para Fechas Pico: La anticipación a fechas de alta demanda, como HOT SALE o el Buen Fin, es crucial. Los sellers deben estar preparados para manejar volúmenes altos y mantener su reputación de marca.

Uso de la Inteligencia Artificial (IA): La IA se perfila como una herramienta poderosa para mejorar la precisión de las entregas, prevenir fraudes, y optimizar la experiencia del cliente, desde el análisis predictivo hasta la atención al cliente mediante chatbots.

"La retención del revenue en procesos de devolución es vital, y la tecnología puede aumentar significativamente el ratio de cambios sobre reembolsos." – Benjamín Santa María

"Enfocarse en cómo llegar más rápido a los clientes y cumplir sus expectativas altas es nuestra misión principal" – Leonardo Real

La logística no es solo una necesidad operativa, sino un diferenciador competitivo que mejora la experiencia de compra y fomenta la lealtad del cliente. La inversión en tecnologías emergentes, como la IA, y la adaptación a las tendencias del mercado son fundamentales para mantenerse a la vanguardia en el eCommerce.

SALA OPERACIONES

Navegando el panorama legal: guía para vendedores en Marketplaces



Rebeca Álvarez

Managing Partner en *Loxical*

La charla impartida por Rebeca Álvarez, abogada especializada en consultoría para modelos digitales, ofrece un recorrido exhaustivo por el entorno legal que envuelve a los vendedores en los Marketplaces. Esta sesión se enfoca en proporcionar una comprensión clara de las regulaciones, condiciones esenciales, y la importancia de la protección de marca y los derechos de licencia, delineando así un marco legal indispensable para operar con éxito en estos espacios digitales.

Puntos destacados

Regulación en Marketplaces: Es importante entender la regulación aplicable a tu actividad, incluyendo la ley federal de protección al consumidor y la protección de datos personales.

Creación de Empresa y Registro de Marca:

Constituir una persona moral y registrar tu marca proporciona ventajas fiscales y protege tu identidad corporativa, elevando tu credibilidad y reconocimiento en el mercado.

Gestión de Licencias y Derechos de Autor: Antes de vender productos que involucren propiedades intelectuales de terceros, asegúrate de tener las licencias adecuadas para evitar infracciones.

Políticas de Devolución y Reclamaciones:

Establecer y comunicar claramente tus políticas internas mejora la satisfacción del cliente y ayuda a gestionar eficazmente las reclamaciones, lo cual es vital para mantener una buena reputación.

Facturación y Obligaciones Fiscales:

Independientemente de si operas como persona física o moral, debes cumplir con las obligaciones fiscales, incluyendo la emisión de facturas a tus clientes.



Tips y Consejos

Cumplimiento Legal: Mantenerse actualizado y cumplir con todas las regulaciones aplicables en comercio electrónico y protección de datos personales.

Términos y Condiciones: Leer y entender los términos y condiciones de los Marketplaces para asegurar una operación exitosa.

Registro de Marca y Licencias: Asegurar el registro de marcas y la obtención de las licencias necesarias para evitar problemas legales.

SALA OPERACIONES

Rentabilidad sostenible: estrategias contables para vendedores en Marketplaces



Georgina de la Torre

VP accounting & Tax en Fairplay

La charla presentada por Georgina de la Torre, VP de Finanzas y de Impuestos en Fairplay, aborda un tema crucial para cualquier vendedor en Marketplaces: la rentabilidad sostenible desde una perspectiva contable. Con un enfoque en cómo maximizar la rentabilidad y manejar eficientemente los aspectos fiscales y financieros, Georgina ofrece una guía invaluable para navegar el complejo mundo de las ventas en línea.

Aspectos Clave para la Rentabilidad

Unit Economics: Es importante considerar todos los costos asociados, incluyendo aquellos menos evidentes como las devoluciones y los gastos de envío.

Impuestos y Rentabilidad: Aunque el papel del SAT se conoce como un "socio no deseado", guía a los vendedores hacia una gestión fiscal responsable. Entender la diferencia entre operar como persona física y persona moral, y conoce cómo cada opción afecta la carga impositiva y, por ende, la rentabilidad.

Estados Financieros: La importancia de los estados financieros para el análisis de la salud financiera del negocio es otro pilar de la charla.

Claves para una Gestión Financiera Efectiva

- **Consideración Total de Costos:** La clave para establecer precios competitivos y rentables reside en la inclusión de todos los costos operativos, incluidos aquellos que pueden pasar desapercibidos.
- **Estrategias Fiscales Inteligentes:** Navegar el panorama fiscal, especialmente en mercados como México, requiere una estrategia bien pensada para optimizar la carga impositiva sin comprometer la legalidad o la rentabilidad.

Tips y Consejos:

Incluir Todos los Costos: No omitir ningún gasto, desde la producción hasta los impuestos y costos de plataforma.

Monitoreo Continuo: Revisar periódicamente los estados financieros para ajustar estrategias de precios y costos.

marketplace
POINT 
méxico

by
amvo
FORUM

¿Estás listo para transformar estos aprendizajes en resultados?

Nos emociona ver las innovaciones que implementarás, y cómo contribuirás a la evolución del comercio electrónico en México. ¡Te esperamos en la próxima edición de Marketplace Point México by AMVO FORUM, donde seguiremos conectando ideas, impulsando innovación y celebrando las grandes ideas!

PARTNERS

Agradecemos a nuestros partners por su colaboración en el AMVOForum Marketplaces 2024, su apoyo ha hecho posible este evento para avanzar juntos en la transformación digital.



¡Queremos que tengas éxito en el mundo digital!



AMVO Analytics llega a fortalecer la oferta que tenemos en AMVO, con la intención de profundizar en interrogantes que van más allá del alcance de los estudios de industria y que son muy relevantes para la generación de estrategias de eCommerce de tu empresa.

Desk Research

Extracción de datos desde estudios para la industria comparando segmentos variables y tendencias.

Estudio Sindicado

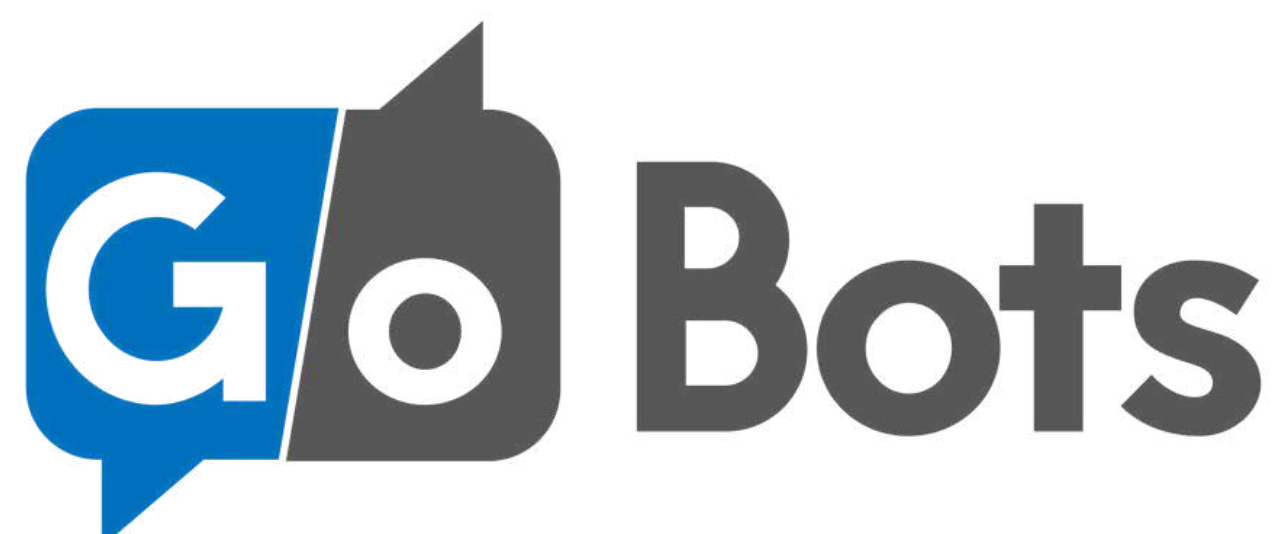
Profundización de subcategorías y versiones pagadas a empresas no afiliadas.

Ad hoc

Profundización de subcategorías y versiones pagadas a empresas no afiliadas.

www.amvo.org.mx/amvo-analytics

estudios@amvo.org.mx



Somos la solución de Inteligencia Artificial, pionera en Latinoamérica, que automatiza el servicio al cliente para eCommerce y Marketplaces; enfocados en responder las preguntas y mensajes en segundos para incrementar la conversión y mejorar la experiencia de los consumidores online las 24 horas del día. Así mismo, centralizamos los principales canales de atención online dentro de un mismo panel acompañado de un analytics dedicado a la gestión activa y un Consultor asignado que estará dando insights para escalar aún más tu operación.

Estamos presentes en 7 países y más de 2000 tiendas ya confían en nosotros. Como diferencial, en **GoBots tenemos a un equipo científico especializado** en la búsqueda de nuevas tecnologías para mejora continua de nuestra Inteligencia Artificial.

Contáctanos aquí para agendar una reunión con nuestros ejecutivos y accede a los beneficios exclusivos por haber participado del Marketplace Point by AMVO 2024.





En **AMVO Academy** capacitamos a profesionales de alto potencial para influir positivamente en el éxito de las ventas en línea en México.

Contamos con los mejores expertos de la industria y con una metodología propia con una oferta que une la investigación de mercado, capacitaciones y consultoría.

Diplomado Ejecutivo en eCommerce

Destaca en el comercio electrónico con nuestro Diplomado en eCommerce. Adquiere las habilidades clave y lidera el éxito digital. ¡Inscríbete ahora!

[Regístrate para más información](#)

Programa Especializado de Marketplaces

¡Evoluciona tu éxito en Marketplaces con nuestro programa especializado! Aprende estrategias de vanguardia para optimizar tus ventas, aumentar visibilidad y liderar los Marketplaces. ¡Únete a los líderes del comercio digital!

[Regístrate para más información](#)

www.amvo.org.mx/academy

educacion@amvo.org.mx





HOT SALE es el evento anual de la industria de eCommerce en donde las empresas participantes ofrecen sus mejores descuentos con estrategias omnicanal. Es una campaña para impulsar y dar a conocer su journey de venta en el comercio electrónico así como los hitos omnicanales conforme a la evolución de las necesidades del consumidor.

Descubre todos los beneficios y por qué tu empresa tiene que participar en **HOT SALE**:

- Dar a conocer tu marca
- Reclutar nuevos clientes
- Mejorar tus indicadores clave

www.hotsale.com.mx

campanas@amvo.org.mx



La Asociación Mexicana de Venta Online es la organización digital más grande en México. Nuestra misión es incentivar, apoyar y promover el desarrollo y expansión del comercio electrónico y la economía digital en México. Por esto y más, ofrecemos programas de experiencias educativas.

- + de 550 empresas afiliadas, de todos los giros y tamaños.
- Una comunidad de expertos en eCommerce.
- Los organizadores de HOT SALE, la campaña de eCommerce más grande de México.
- Más de 50 estudios de mercado y reportes de la industria.
- Más de 8,000 personas ya participaron en nuestros eventos y capacitaciones.
- Una comunidad de 15,000 personas que consultan nuestro contenido cada mes.

Aviso Legal.

Todos los derechos contenidos en la presente publicación están reservados en favor de la Asociación Mexicana de Venta Online, A.C.

La información contenida en el presente documento contiene opiniones, estudios, aseveraciones e investigaciones desarrolladas por la Asociación Mexicana de Venta Online, A.C.

La reimpresión, publicación, distribución, asignación, venta, reproducción electrónica o por otro medio, parcial o total, del presente documento, para cualquier uso distinto al personal y sin fines de lucro, está prohibido, a menos de que cuente con la autorización previa y por escrito.

Los derechos de autor del presente documento se encuentran debidamente protegidos a favor de la Asociación, sus afiliados y/o Asociados, de conformidad con la legislación aplicable en materia de propiedad intelectual e industrial.



**¡Gracias por descargar
este contenido!**

En caso de dudas o sugerencias
contáctanos en:



www.amvo.org.mx

o escríbenos a **info@amvo.org.mx**